

# 2012年中国青少年上网行为调查报告

2013年6月



# 目 录

前 言.....	4
报告术语界定.....	5
内容摘要.....	6
<b>第一章 青少年上网行为概述.....</b>	<b>8</b>
一、青少年网民规模及群体特征.....	8
(一) 网民规模.....	8
(二) 群体特征.....	8
二、青少年上网行为特征.....	12
(一) 上网地点.....	12
(二) 上网设备.....	13
(三) 上网时长.....	13
<b>第二章 青少年网络应用行为分析.....</b>	<b>14</b>
一、信息获取.....	15
二、交流沟通.....	15
三、网络娱乐.....	15
四、商务交易.....	16
<b>第三章 青少年手机上网行为分析.....</b>	<b>17</b>
一、青少年手机网民规模.....	17
二、青少年手机网民特征.....	17
三、青少年手机网民网络应用行为.....	19
<b>第四章 不同地区青少年上网行为分析.....</b>	<b>20</b>
一、城乡青少年上网行为对比.....	20
(一) 城乡青少年网民规模特点.....	20
(二) 城乡青少年应用差异.....	21
二、东、中、西部青少年上网行为对比.....	22
(一) 东中西部青少年网民规模特点.....	22
(二) 东中西部青少年网络应用差异.....	24
<b>第五章 未成年人上网行为分析.....</b>	<b>26</b>
一、未成年网民规模和特征.....	26
二、未成年网民网络应用情况.....	27
<b>第六章 总结.....</b>	<b>29</b>

图表 1: 2009-2012 青少年网民规模及占比.....	8
图表 2: 2011-2012 年青少年网民性别构成.....	9
图表 3: 2011-2012 青少年网民年龄分布.....	9
图表 4: 2011-2012 年青少年网民在学状态分布.....	10
图表 5: 2011-2012 年青少年网民城乡结构.....	11
图表 6: 2011-2012 年青少年网民上网地点.....	12
图表 7: 2011-2012 年不同学龄期青少年网民网吧上网比例.....	12
图表 8 : 2010-2011 年青少年网民上网设备.....	13
图表 9: 不同学龄期青少年网民周上网时长.....	13
图表 10: 各互联网应用在青少年网民中的普及率.....	14
图表 11: 不同群体青少年网民信息获取类应用使用率.....	15
图表 12: 不同群体青少年网民网络社交类应用使用率.....	15
图表 13: 不同群体青少年网民网络娱乐类应用使用率.....	15
图表 14: 不同群体青少年网民商务类应用使用率.....	16
图表 15: 2009-2012 青少年手机网民规模及占比.....	17
图表 16: 2011-2012 年青少年手机网民性别结构.....	18
图表 17: 2011-2012 年青少年手机网民年龄结构.....	18
图表 18: 2011-2012 年青少年手机网民和青少年网民城乡结构.....	19
图表 19: 2012 年青少年手机网民网络应用.....	19
图表 20: 2011-2012 年青少年城乡网民规模及增长率.....	20
图表 21: 2012 年城乡青少年网民上网地点对比.....	21
图表 22: 2012 年城乡青少年网民上网设备对比.....	21
图表 23: 城乡青少年网民在各网络应用上的使用率差异.....	22
图表 24: 2011 年东中西部青少年网民规模及占比.....	23
图表 25: 2012 年东中西部青少年网民上网地点对比.....	23
图表 26: 2012 年东中西部青少年上网设备对比.....	24
图表 27: 东中西部青少年网民网络应用对比.....	24
图表 28: 2012 年未成年网民和青少年网民上网地点对比.....	26
图表 29: 2012 年未成年网民和青少年网民上网设备对比.....	26
图表 30: 各互联网应用在未成年网民中的普及率.....	27
图表 31: 2012 年未成年手机网络应用.....	28

# 前 言

随着互联网技术的发展，人们对互联网的应用越来越广泛和深入，互联网的使用人群更是向年龄段的两端不断延伸。作为互联网行业的潜在用户和生力军，中国青少年的互联网应用行为备受关注，研究和引导青少年特别是未成年人的网络行为成为营造积极健康的网络文化的关键环节。

CNNIC数据显示，2012年中国5.64亿网民中，25周岁以下的青少年网民规模为2.35亿，占网民总体的41.7%。2012年，中国未成年手机网民规模为1.73亿，与2011年相比，未成年青少年网民增长幅度高达83.8%。由于青少年网民发展势头迅猛，而且容易受到互联网不良信息的影响，青少年网民的网络行为应该引起社会公众的高度关注。

从2007年开始，中国互联网络信息中心（CNNIC）每年发布《中国青少年上网行为调查报告》。本次《中国青少年上网行为调查报告》以CNNIC第31次中国互联网络发展状况统计调查数据为基础，对青少年网民进行细分研究。该报告较为全面地反映我国青少年网民网络使用的特点和发展状况，连续的研究报告给政府部门、社会公众管理和规范青少年上网提供了更多思路和数据支撑，也为相关管理部门提供了决策参考依据。

中国互联网络信息中心（CNNIC）

2013年6月

## 报告术语界定

### ◇ 网民

中国互联网络信息中心（CNNIC）对网民的定义为：半年内使用过互联网的 6 周岁及以上中国公民。

### ◇ 青少年网民

指年龄在 25 周岁以下的网民。

### ◇ 手机网民

指半年内曾经通过手机接入互联网的网民，但不限于仅通过手机接入互联网的网民。

### ◇ 未成年网民

指年龄在 18 周岁以下的网民。

### ◇ 东中西部区域划分

东部包括：北京、天津、河北、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东和海南。

中部包括：山西、安徽、江西、河南、湖北和湖南。

西部包括：内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏和新疆。

东北包括：辽宁、吉林和黑龙江。

### ◇ 调查范围

除非明确指出，本报告中的数据均不包括香港、澳门和台湾地区在内。

### ◇ 调查数据截止日期

本次调查统计数据截止日期为 2012 年 12 月 31 日。

## 内容摘要

- 截至 2012 年 12 月，中国青少年网民规模达 2.35 亿，占青少年总体的 66.4%，超过全国平均水平（42.1%）24.3 个百分点，较 2011 年增加 2 个百分点。
- 2012 年，中国青少年网民男女比例为 51.2: 48.8，网民性别结构进一步达到均衡，且远远小于全国网民男女比例差异（全国网民男女比例为 55.8:44.2）。
- 从年龄分布分析，青少年网民集中分布于 12-18 岁年龄段和 19-24 岁年龄段，所占比例分别为 45.7%和 46.5%。
- 中国青少年网民中，中学生群体和非学生群体规模最大，所占比例分别为 40.5%和 39.8%。与 2011 年相比，中学生网民群体所占比例下降 4.2 个百分点。
- 截至 2012 年底，青少年网民中城镇地区占比为 72.2%，农村地区占比为 27.8%。
- 2012 年，青少年网民中在家上网的占比达 89.0%；与 2011 年相比，在网吧和学校上网的占比有较大幅度下降，分别下降 5.0 和 4.7 个百分点。
- 2012 年学生网民在网吧上网的比例持续下降。大学生网民在网吧上网的比例从 2010 年 56.9%下降至 2011 年的 46.5%，进而下降至 2012 年的 33.2%。
- 截至 2012 年 12 月中国青少年网民平均每周上网时间达 18.4 个小时，比 2011 年增加 1.9 个小时，且各个群体上网时间普遍增加。
- 截至 2012 年 12 月，中国青少年网民搜索引擎的使用率为 84.1%，相比 2011 年（82.3%）提高了 1.8 个百分点，比整体网民平均水平高 4.1 个百分点，其中大学生网民的搜索引擎在使用率最高，达 93.5%。
- 在微博类应用中，大学生的使用率最高，为 80.7%，超过青少年总体水平 15.7 个百分点，超过网民总体水平 26 个百分点。
- 截至 2012 年 12 月，中国青少年手机网民规模达 1.96 亿人，同比增长 5.9%。中国青少年网民中使用手机上网的占比达 83.5%，高出整体网民的平均水平（74.5%）9.0 个百分点。
- 与 2011 年相比，2012 年青少年手机网民群体的性别结构变化不大。截至 2012 年 12 月，青少年手机网民男女比例为 51.8: 48.2。
- 相比 2011 年，青少年手机网民年龄分布无显著变化。青少年手机网民集中分布在 12-24

岁年龄段，占比 95.5%；低龄的青少年手机网民占比略有增加，6-11 岁的青少年手机网民占比从 3.5% 增加至 4.5%，与 2011 年相比，增加 1.0 个百分点。

- 青少年手机网民中使用手机即时通讯的比例为 90.4%，使用手机搜索、手机网络音乐、手机微博、手机社交网站和手机网络文学的青少年手机网民比例均为 50% 以上，分别为 72.6%、62.3%、60.5%、52.3% 和 50.9%。
- 截至 2012 年 12 月，中国城镇青少年网民规模为 1.69 亿人，农村青少年网民规模为 6513 万人。城镇、乡村网民规模的增长率分别为 1.7% 和 0.7%。
- 农村地区青少年网民在学校、公共场所上网的比例均低于城镇地区，分别低 5.8 和 5.6 个百分点。农村地区青少年网民中在网吧上网的比例逐渐下降，从 2011 年的 43.8% 下降到 2012 年的 35.2%，降幅为 8.6 个百分点。
- 青少年网民使用手机上网较为普遍，而农村地区的青少年网民中使用手机上网的比例更高，达 84.0%，比城镇地区高 2.3 个百分点。
- 城镇青少年网民使用率较高的前五类网络应用分别是搜索引擎、即时通信、网络音乐、博客/qq 空间和网络视频，使用率均在 69.0% 以上。
- 城乡青少年网民网络应用使用差异较大的前五类应用分别为：网络支付（差异 17.59%）、电子邮件（17.10%）、网上银行（16.33%）、网络购物（15.54%）、微博（13.9%）。
- 中国东部地区是互联网发展较好、网民较为集中的地区，该地区青少年网民规模占总体青少年网民的 48.2%，达 2.72 亿，而 2011 年这一比例为 51.0%。
- 东部和东北地区的青少年在家上网的比例较高，分别达 91.3% 和 92.2%；中部、东北部青少年在网吧上网的比例相对其他区域较高，分别为 40.3%、39.8%。
- 各区域横向比较，东部地区青少年使用手机和笔记本上网的比例最高，分别为 85.4% 和 50.6%；西部地区使用台式电脑上网的比例相对较高，为 71.5%。
- 未成年人是各类网络应用的长驱潜力用户。与整体青少年网民相比，未成年网民在家里和学校上网的比例更高，分别为 92.4% 和 34.0%。

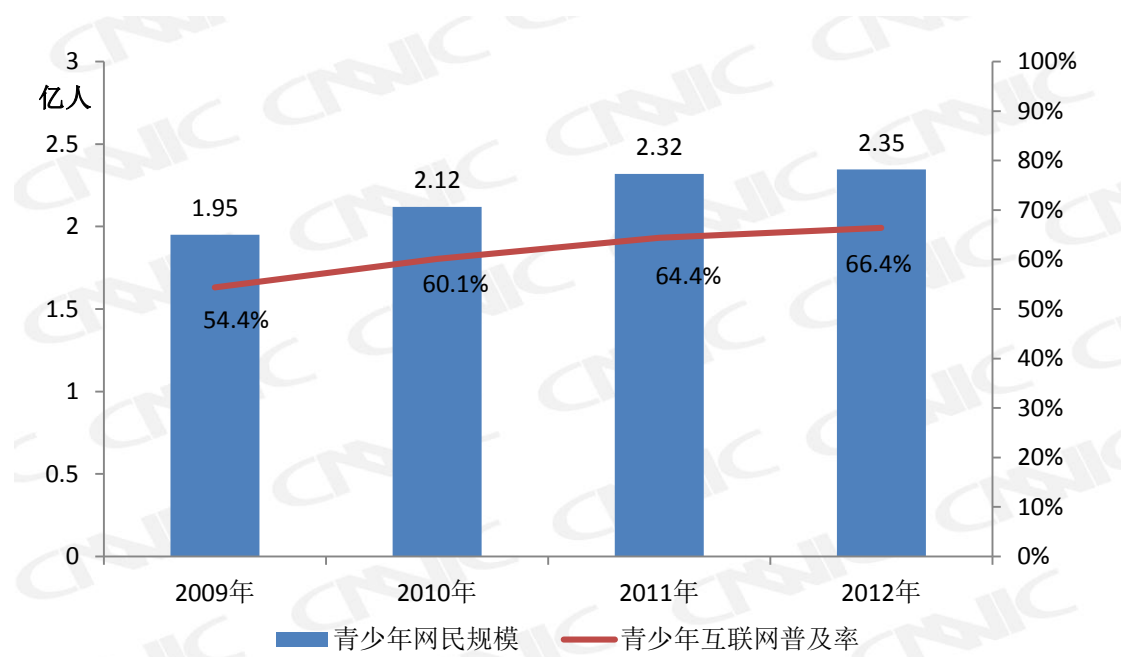
# 第一章 青少年上网行为概述

## 一、青少年网民规模及群体特征

### (一) 网民规模

近年来，青少年互联网普及率持续上升。截至2012年12月，中国青少年网民规模达2.35亿，占青少年总体的66.4%，超过全国平均水平（42.1%）24.3个百分点，较2011年增加约2个百分点。

由于网民人口红利时代的结束，以及近年来人口自然增长率的下滑，青少年互联网渗透率在高位前行缓慢，青少年网民规模增长速度进一步放缓。2012年中国新增青少年网民313万，同比增长1.4%，远远低于全国9.9%的网民增幅。同时，青少年网民在整体网民中的占比从2011年的45.1%下降到2012年的41.6%。



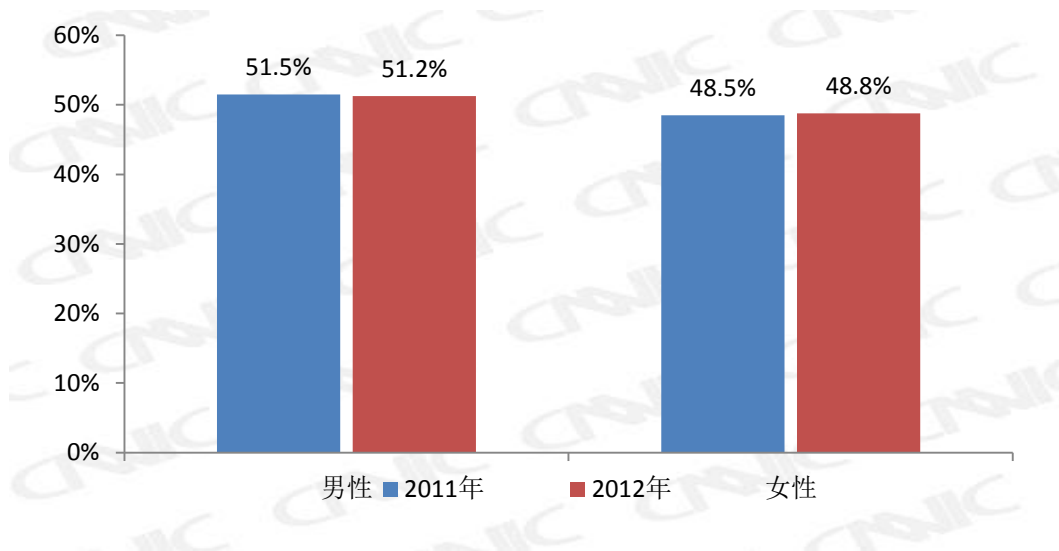
图表 1：2009-2012 青少年网民规模及占比

### (二) 群体特征

#### ◆ 性别分布



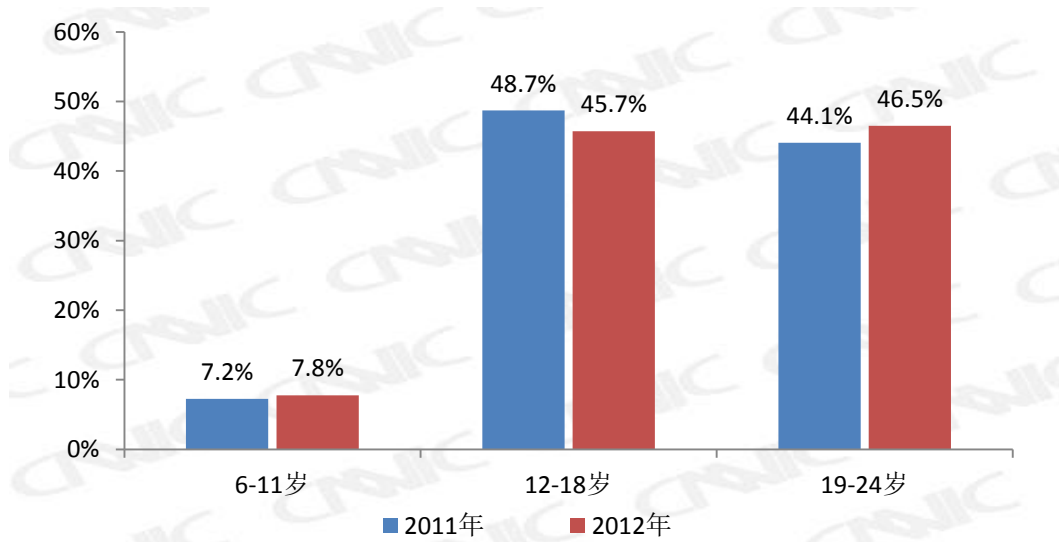
截至2012年12月，中国青少年网民男女比例为51.2:48.8，网民性别结构进一步达到均衡，且远远小于全国网民男女比例差异（全国网民男女比例为55.8:44.2）。



图表 2：2011-2012 年青少年网民性别构成

◆ 年龄分布

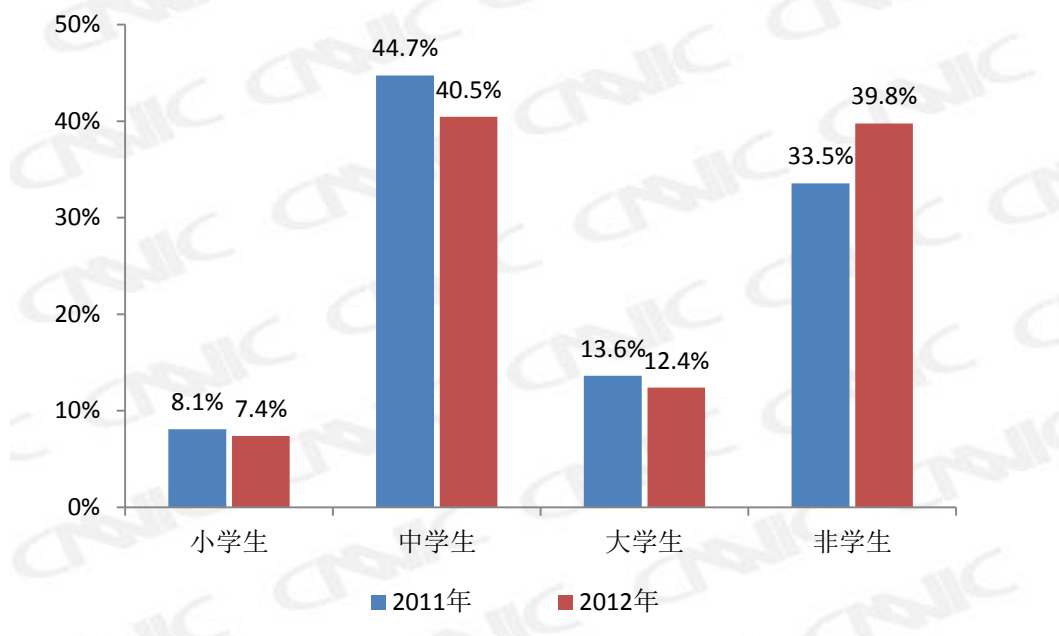
从年龄分布分析，青少年网民集中分布于12-18岁和19-24岁年龄段，所占比例分别为45.7%和46.5%。而6-11岁年龄段青少年占比，仅为7.8%。这说明受家长管制的影响，大部分青少年到初中时才开始逐渐接触网络。



图表 3：2011-2012 青少年网民年龄分布

◆ 在学状态分布

中国青少年网民中,中学生群体和非学生群体规模最大,所占比例分别为40.5%和39.8%。与2011年相比,中学生网民群体所占比例下降4.2个百分点,为40.5%;而非学生群体网民上升6.3个百分点,为39.8%。从整体上看,学生群体的网民规模有所下降,这与课业负担和逐渐加大的升学压力不无关系。

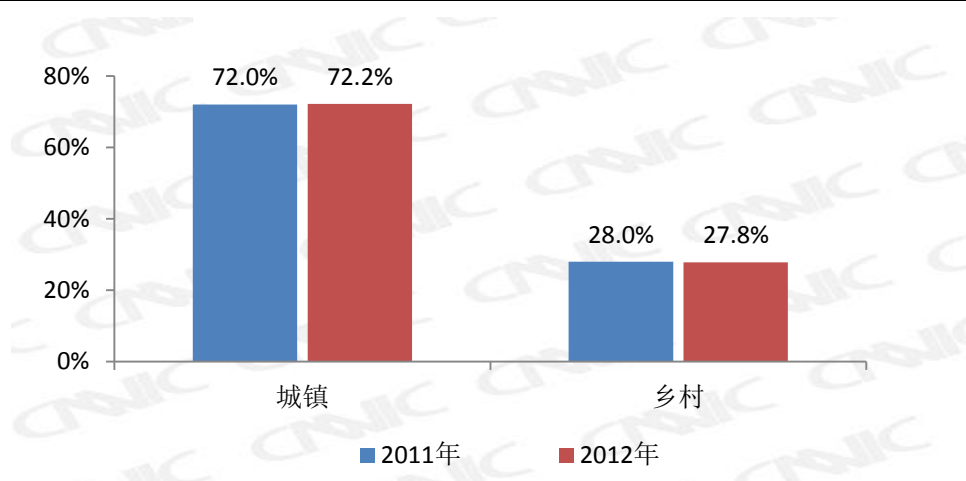


图表 4: 2011-2012 年青少年网民在学状态分布

#### ◆ 地区分布

截至2012年底,青少年网民中城镇地区青少年网民占比为72.2%,农村地区青少年网民占比为27.8%。同期全国网民中城镇地区网民占比为72.4%,比青少年网民中城镇地区占比高出0.2个百分点,说明青少年网民城乡结构与全国网民相当。

中国青少年网民中农村人口占比从2009年开始,呈现持续下降趋势:2009年为32.5%,2011年为28.0%,2012年下降到27.8%。

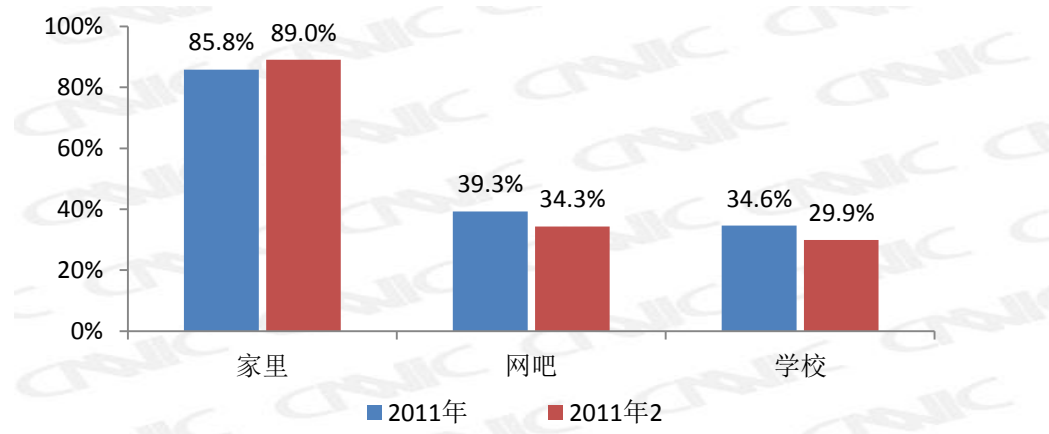


图表 5: 2011-2012 年青少年网民城乡结构

## 二、青少年上网行为特征

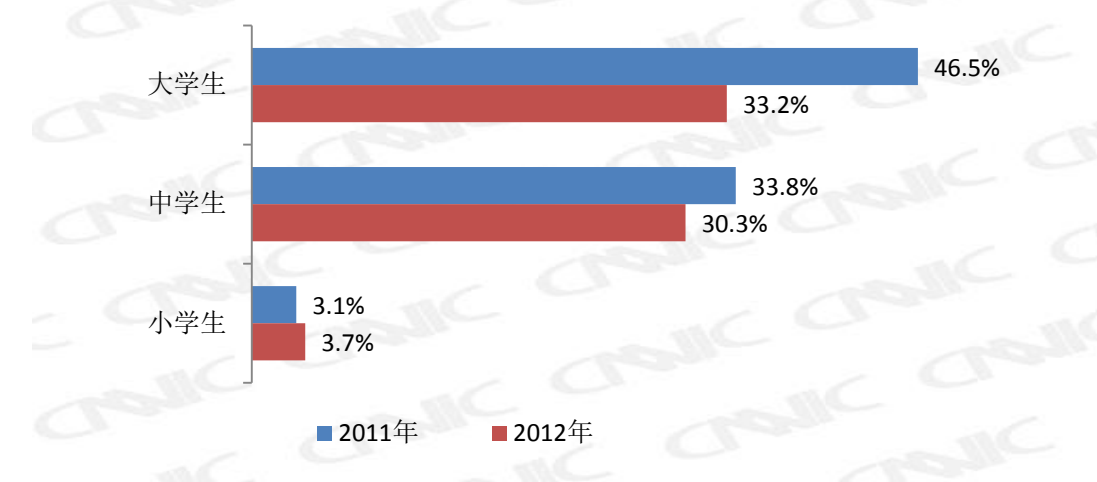
### (一) 上网地点

2012年青少年网民群体最常上网地点在家里。截至2012年12月，青少年网民中在家上网的占比达89.0%；与2011年相比，在网吧和学校上网的占比有较大幅度下降，分别下降5.0和4.7个百分点，这从侧面反映了互联网的高普及率。



图表 6：2011-2012 年青少年网民上网地点

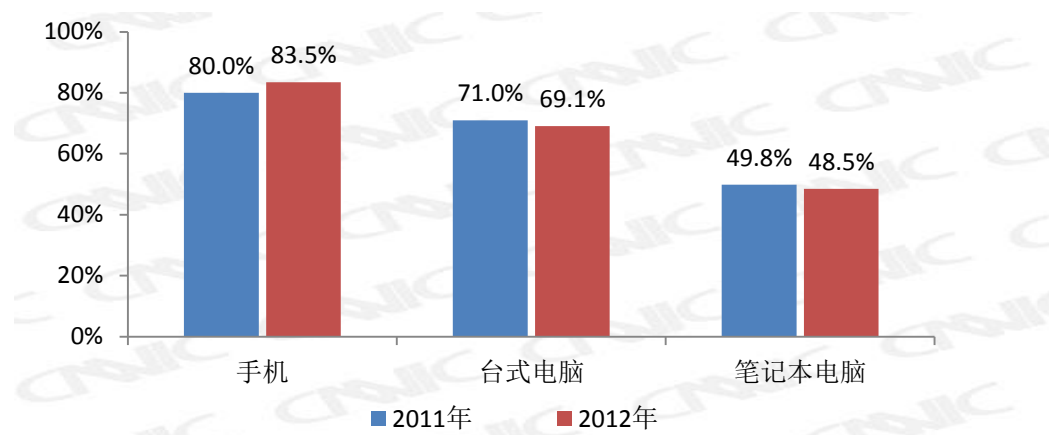
2012年学生网民在网吧上网的比例持续下降。大学生网民在网吧上网的比例从2010年56.9%下降至2011年的46.5%，进而下降至2012年的33.2%。与2011年相比，中学生网民在网吧上网的比例下降3.5个百分点，而小学生在网吧上网的比例提升0.6个百分点。



图表 7：2011-2012 年不同学龄期青少年网民网吧上网比例

## (二) 上网设备

与 2011 年相比，青少年网民中使用手机上网的占比小幅提升，增加 3.5 个百分点；使用台式机上网的占比略有下降，下降 0.9 个百分点；使用笔记本电脑上网的占比下降 1.3 个百分点。



图表 8：2010-2011 年青少年网民上网设备

## (三) 上网时长

截至 2012 年 12 月中国青少年网民平均每周上网时间达 18.4 个小时，比 2011 年增加 1.9 个小时，且各个群体上网时间普遍增加。非学生网民的每周上网时间从 2011 年的 21.3 个小时上升至 23.6 个小时；在学生网民群体中，大学生网民上网时间最长，为 22.8 个小时/周，比青少年网民平均上网时长长 4.4 个小时/周；中学生网民平均每周上网时间增加 1.5 小时，达 13.3 个小时/周；小学生网民平均每周上网时间略有增加，为 6.7 个小时/周。

图表 9：不同学龄期青少年网民周上网时长

上网时长	小学生	中学生	大学生	非学生	青少年总体
2011 年	6.3	11.8	21	21.3	16.5
2012 年	6.7	13.3	22.8	23.6	18.4

## 第二章 青少年网络应用行为分析

青少年网民对网络应用的使用较为积极。具体表现为以下几个方面：其一，除小学生外，青少年网民群体的信息获取需求和应用普遍高于网民总体平均水平。其二，除小学生外，青少年网民群体的交流沟通需求和应用也远远高于网民总体平均水平。尤其是博客/qq 空间的使用情况。其三，青少年网民群体对网络游戏较为热衷，包括小学生在内对网络游戏的使用率均高于网民总体平均水平。其四，青少年网民群体对商务交易的使用程度明显逊色于其他网络应用。只是大学生和非学生群体对其应用相对活跃一些。特别是团购类应用，青少年群体对其的应用程度普遍不及网民总体平均水平。

图表 10：各互联网应用在青少年网民中的普及率

类别	应用	小学生	中学生	大学生	非学生	青少年总体	网民总体	差距
信息获取	搜索	76.4%	<b>86.9%</b>	<b>93.5%</b>	<b>82.4%</b>	<b>84.1%</b>	80.0%	4.14%
交流沟通	即时通信	75.0%	<b>87.1%</b>	<b>93.8%</b>	<b>87.8%</b>	<b>85.1%</b>	82.9%	2.20%
	微博	36.5%	<b>71.3%</b>	<b>80.7%</b>	<b>62.7%</b>	<b>65.0%</b>	54.7%	10.28%
	电子邮件	24.5%	<b>48.1%</b>	<b>74.1%</b>	41.3%	<b>46.3%</b>	44.5%	1.81%
	论坛和 BBS	17.3%	<b>28.4%</b>	<b>46.8%</b>	<b>32.6%</b>	<b>30.7%</b>	26.5%	4.24%
	博客/qq 空间	<b>66.3%</b>	<b>73.2%</b>	<b>82.4%</b>	<b>76.4%</b>	<b>73.0%</b>	66.1%	6.83%
	社交网站	30.7%	<b>56.6%</b>	<b>76.5%</b>	<b>55.7%</b>	<b>55.6%</b>	48.8%	6.83%
网络娱乐	网络音乐	72.1%	<b>84.2%</b>	<b>90.8%</b>	<b>82.3%</b>	<b>82.8%</b>	77.3%	5.52%
	网络游戏	<b>87.0%</b>	<b>73.3%</b>	<b>61.4%</b>	<b>61.8%</b>	<b>68.4%</b>	59.5%	8.91%
	网络视频	58.8%	63.9%	<b>84.1%</b>	64.7%	<b>66.4%</b>	65.9%	0.50%
	网络文学	23.5%	<b>51.2%</b>	<b>57.4%</b>	<b>45.8%</b>	<b>46.9%</b>	41.4%	5.56%
商务交易	网络购物	15.7%	38.5%	<b>74.9%</b>	<b>48.9%</b>	<b>45.2%</b>	42.9%	2.31%
	团购	3.6%	11.6%	<b>31.5%</b>	14.2%	14.7%	14.8%	-0.08%
	旅行预订	1.6%	11.0%	<b>43.3%</b>	19.4%	17.2%	19.8%	-2.56%
	网上支付	11.2%	35.8%	<b>69.1%</b>	<b>46.4%</b>	<b>41.6%</b>	39.1%	2.55%
	网上银行	8.5%	30.3%	<b>68.6%</b>	<b>48.5%</b>	<b>40.1%</b>	39.3%	0.85%
	网上炒股或炒基金	0.5%	3.0%	4.2%	3.6%	3.2%	6.1%	-2.85%

注：粗体斜体数字表示使用比例高于总体网民的应用。

## 一、信息获取

截至 2012 年 12 月,中国青少年网民搜索引擎的使用率为 84.1%,相比 2011 年(82.3%)提高了 1.8 个百分点,比整体网民平均水平高 4.1 个百分点,其中大学生网民的搜索引擎使用率最高,达 93.5%。

**图表 11: 不同群体青少年网民信息获取类应用使用率**

小学生	中学生	大学生	非学生	青少年总体	网民总体
76.4%	86.9%	93.5%	82.4%	84.1%	80.0%

## 二、交流沟通

中国青少年网民交流沟通类应用普遍高于网民总体平均水平。微博、博客/qq 空间、社交网站这三类应用的使用率均高出网民总体平均水平 5 个百分点。其中,在微博类应用中,大学生的使用率最高,为 80.7%,超过青少年总体水平 15.7 个百分点,超过网民总体水平 26.0 个百分点。博客/qq 空间的应用中,各类青少年网民群体的使用率均高于网民总体平均水平。使用最多的大学生群体高于网民总体平均水平 16.3 个百分点,使用最少的小学生也高出网民总体平均水平 0.2 个百分点。

**图表 12: 不同群体青少年网民网络社交类应用使用率**

应用	小学生	中学生	大学生	非学生	青少年总体	网民总体
即时通信	75.0%	87.1%	93.8%	87.8%	85.1%	82.9%
微博	36.5%	71.3%	80.7%	62.7%	65.0%	54.7%
电子邮件	24.5%	48.1%	74.1%	41.3%	46.3%	44.5%
论坛和 BBS	17.3%	28.4%	46.8%	32.6%	30.7%	26.5%
博客/qq 空间	66.3%	73.2%	82.4%	76.4%	73.0%	66.1%
社交网站	30.7%	56.6%	76.5%	55.7%	55.6%	48.8%

## 三、网络娱乐

偏重于网络娱乐应用尤其是网络游戏应用是青少年网民群体的特征之一。截至 2012 年 12 月,青少年网络音乐、网络游戏、网络视频和网络文学的使用率分别为 82.8%、68.4%、66.4%和 46.9%,均高于网民总体平均水平。

网络游戏是青少年重要的网络应用之一。小学生网民是网络游戏使用率最高的群体,玩网络游戏的比例高达 87.0%。

**图表 13: 不同群体青少年网民网络娱乐类应用使用率**

应用	小学生	中学生	大学生	非学生	青少年总体	网民总体
网络音乐	72.1%	84.2%	90.8%	82.3%	82.8%	77.3%

网络游戏	87.0%	73.3%	61.4%	61.8%	68.4%	59.5%
网络视频	58.8%	63.9%	84.1%	64.7%	66.4%	65.9%
网络文学	23.5%	51.2%	57.4%	45.8%	46.9%	41.4%

## 四、商务交易

中国青少年网民各个群体在商务类应用方面差异较大。大学生网民群体网络购物、网上支付和网上银行的使用率分别达 74.9%、69.1%和 68.6%，分别高出整体网民平均水平 32.0、30.0 和 29.3 个百分点；非学生青少年网民网络购物、网上支付和网上银行的使用率分别 48.9%、46.4%和 48.5%，也高于整体网民平均水平；由于中、小学生年龄偏小、经济来源主要依靠父母等因素，因而很少在商务交易中做主要决策者。

**图表 14：不同群体青少年网民商务类应用使用率**

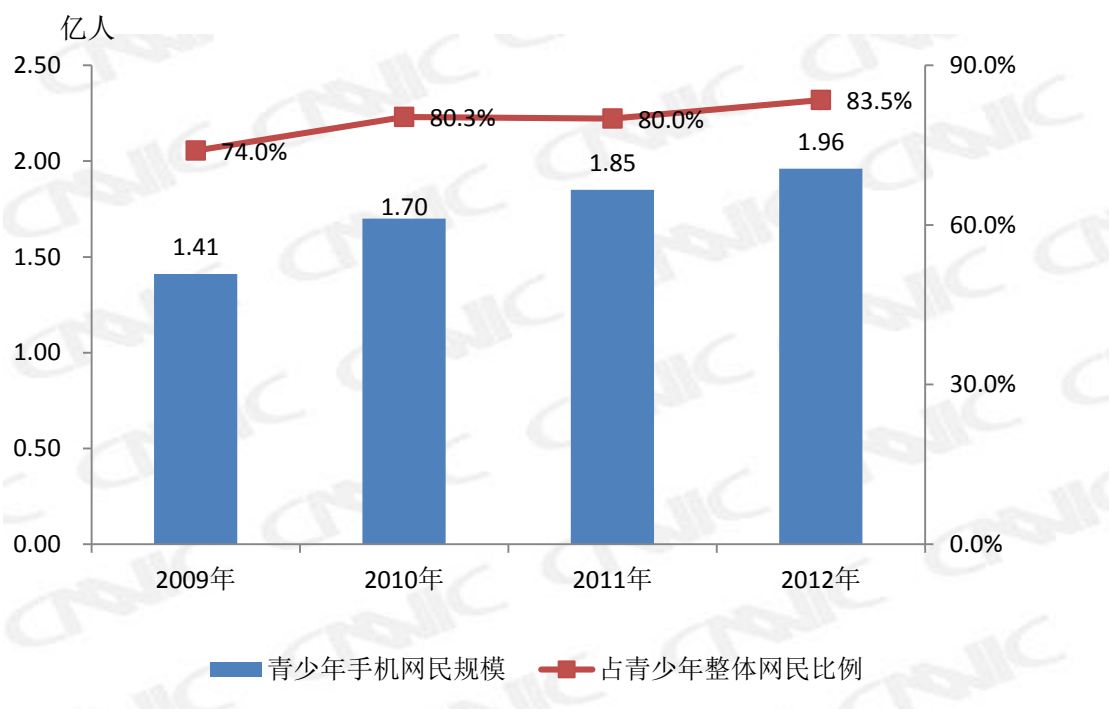
应用	小学生	中学生	大学生	非学生	青少年总体	网民总体
网络购物	15.7%	38.5%	74.9%	48.9%	45.2%	42.9%
团购	3.6%	11.6%	31.5%	14.2%	14.7%	14.8%
旅行预订	1.6%	11.0%	43.3%	19.4%	17.2%	19.8%
网上支付	11.2%	35.8%	69.1%	46.4%	41.6%	39.1%
网上银行	8.5%	30.3%	68.6%	48.5%	40.1%	39.3%
网上炒股或炒基金	0.5%	3.0%	4.2%	3.6%	3.2%	6.1%



## 第三章 青少年手机上网行为分析

### 一、青少年手机网民规模

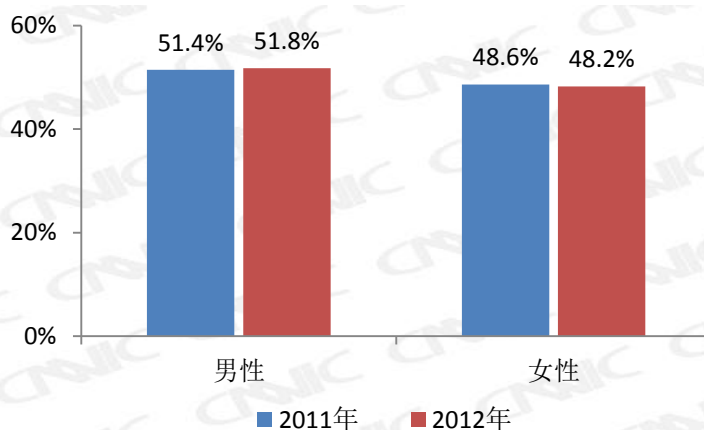
2012 年青少年网民群体中手机网民规模已经超过 PC 网民规模,成为青少年的主要上网终端。截至 2012 年 12 月,中国青少年手机网民规模达 1.96 亿人,同比增长 5.9%。中国青少年网民中使用手机上网的占比达 83.5%,高出整体网民的平均水平(74.5%)9.0 个百分点。



图表 15: 2009-2012 青少年手机网民规模及占比

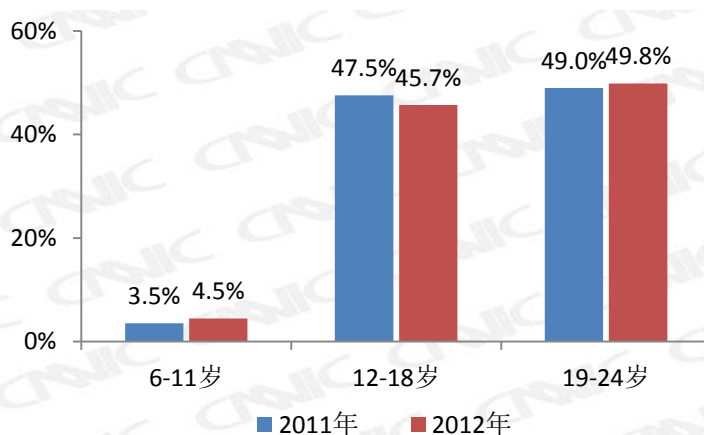
### 二、青少年手机网民特征

与 2011 年相比,2012 年青少年手机网民群体的性别结构变化不大。截至 2012 年 12 月,青少年手机网民男女比例为 51.8: 48.2。



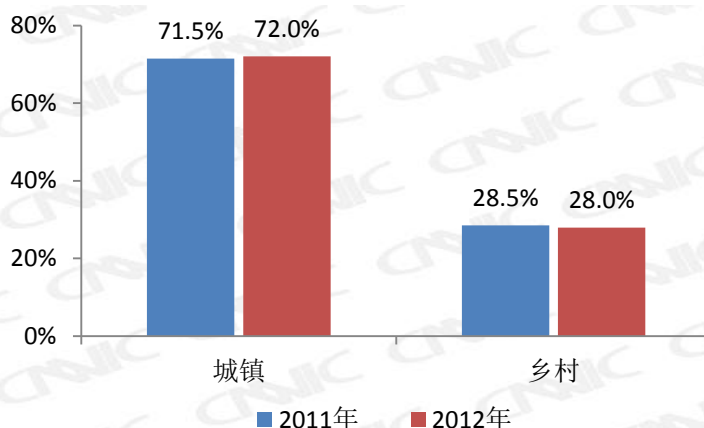
**图表 16：2011-2012 年青少年手机网民性别结构**

相比 2011 年，青少年手机网民年龄分布无显著变化。青少年手机网民集中分布在 12-24 岁年龄段，占比 95.5%；低龄的青少年手机网民占比略有增加，6-11 岁的青少年手机网民占比从 3.5% 增加至 4.5%，与 2011 年相比，增加 1.0 个百分点。



**图表 17：2011-2012 年青少年手机网民年龄结构**

中国青少年手机网民城乡比为 72.0：28.0，与 2011 年相比，青少年手机网民的城乡结构变化不大。由于手机上网的普及化发展趋势和手机上网的便捷性，手机上网在农村地区相对于传统的互联网有一定的普及推广优势。

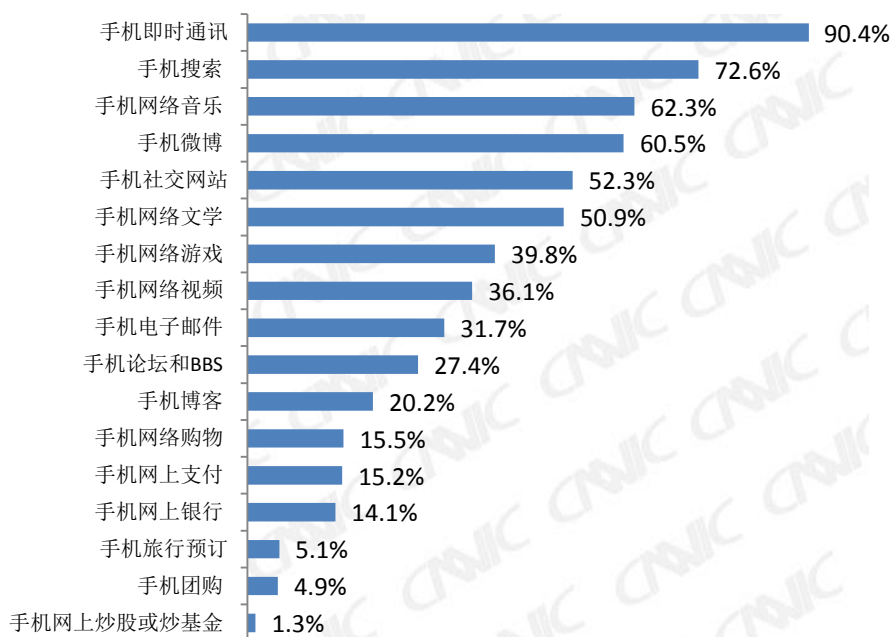


图表 18: 2011-2012 年青少年手机网民和青少年网民城乡结构

### 三、青少年手机网民网络应用行为

中国青少年手机网民在交流沟通、信息获取和网络娱乐类的应用上使用较为积极活跃。青少年手机网民中使用手机即时通讯的比例为 90.4%，使用手机搜索、手机网络音乐、手机微博、手机社交网站和手机网络文学的青少年手机网民比例均为 50% 以上，分别为 72.6%、62.3%、60.5% 和 52.3% 和 50.9%。

青少年网民在交流沟通和娱乐类上较为突出，这与青少年热情好动、热爱社交不无关系，手机应用正好迎合了这种趋势，因此青少年群体手机网络应用的使用较为活跃。



图表 19: 2012 年青少年手机网民网络应用

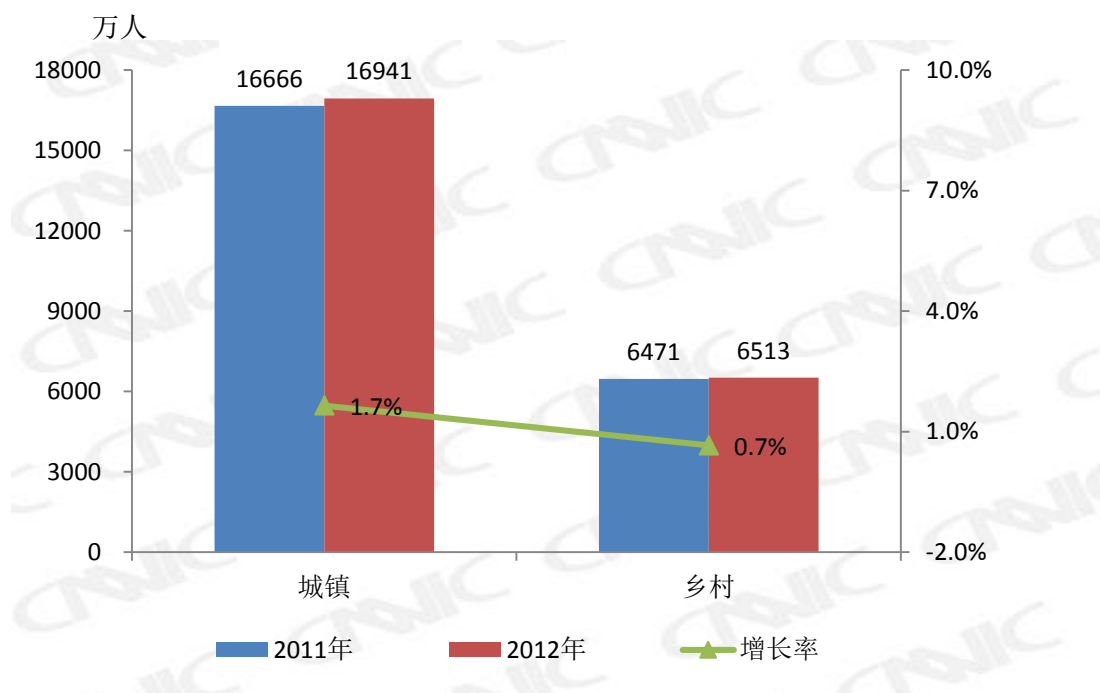
## 第四章 不同地区青少年上网行为分析

### 一、城乡青少年上网行为对比

#### (一) 城乡青少年网民规模特点

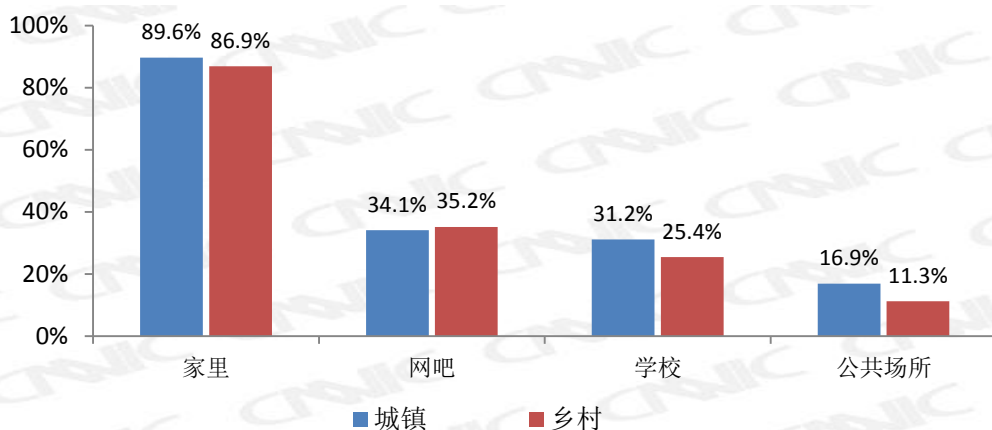
随着城镇化进程的加快，城乡之间的差距越来越小。农村青少年网民的增长速度与城镇的差距逐渐缩小，2012年二者的增长率差异仅为1.0个百分点。

截至2012年12月，中国城镇青少年网民规模为1.69亿人，农村青少年网民规模为6513万人。城镇、乡村网民规模的增长率分别为1.7%和0.7%，这说明城乡互联网发展水平依然存在较大差距，但这种差距在逐渐缩小。



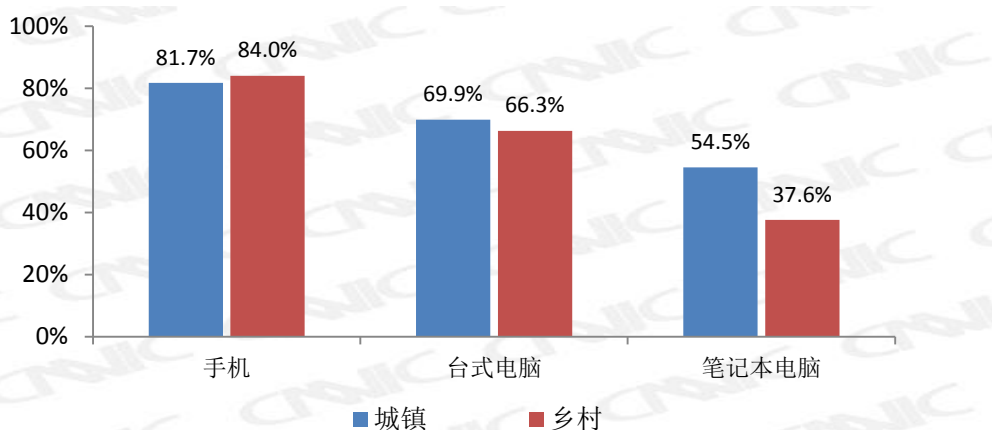
图表 20：2011-2012 年青少年城乡网民规模及增长率

由于农村互联网基础设施建设水平相对落后，农村地区青少年网民在学校、公共场所上网的比例均低于城镇地区，分别低 5.8 和 5.6 个百分点。农村地区青少年网民中在网吧上网的比例逐渐下降，从 2011 年的 43.8% 下降到 2012 年的 35.2%，降幅为 8.6 个百分点。



图表 21：2012 年城乡青少年网民上网地点对比

青少年网民使用手机上网较为普遍，而农村地区的青少年网民中使用手机上网的比例更高，达 84.0%，比城镇地区高 2.3 个百分点。在使用台式电脑和笔记本电脑上网方面，城镇地区的青少年比例明显高于农村地区。城镇青少年网民中使用台式电脑上网比例为 69.9%，而农村地区该比例为 66.3%；城镇地区青少年网民使用笔记本电脑上网比例为 54.5%，而农村地区这一比例仅为 37.6%。



图表 22：2012 年城乡青少年网民上网设备对比

## （二）城乡青少年应用差异

虽然农村地区青少年上网普及率有一定的提高，但是其网络应用水平与城镇地区相比还存在较大的差距。主要表现在以下几个方面：

其一，城镇青少年网民更倾向于主动获取信息，农村青少年网民更崇尚娱乐社交。城镇青少年网民使用率较高的前五类网络应用分别是搜索引擎、即时通信、网络音乐、博客/qq 空间和网络视频，使用率均在 69.0% 以上；农村青少年网民使用率较高的前五类网络应用分

别是即时通讯、网络音乐、搜索引擎、网络游戏、博客/qq 空间，使用率均在 66.0% 以上。

其二，城乡青少年网民在商务交易类应用方面的使用差异较大。城乡青少年网民网络应用使用差异较大的前五类应用分别为：网上支付（差异 17.59%）、电子邮件（差异 17.10%）、网上银行（差异 16.33%）、网络购物（差异 15.54%）、微博（差异 13.90%）。

其三，城乡青少年网民在网络娱乐和社交应用方面较为相似。城乡青少年网民网络应用使用差异较小的前五类应用分别为：网络游戏（差异 2.42%）、即时通讯（差异 6.07%）、网络音乐（差异 6.86%）、网络文学（差异 6.95%）、团购（差异 7.84%）。

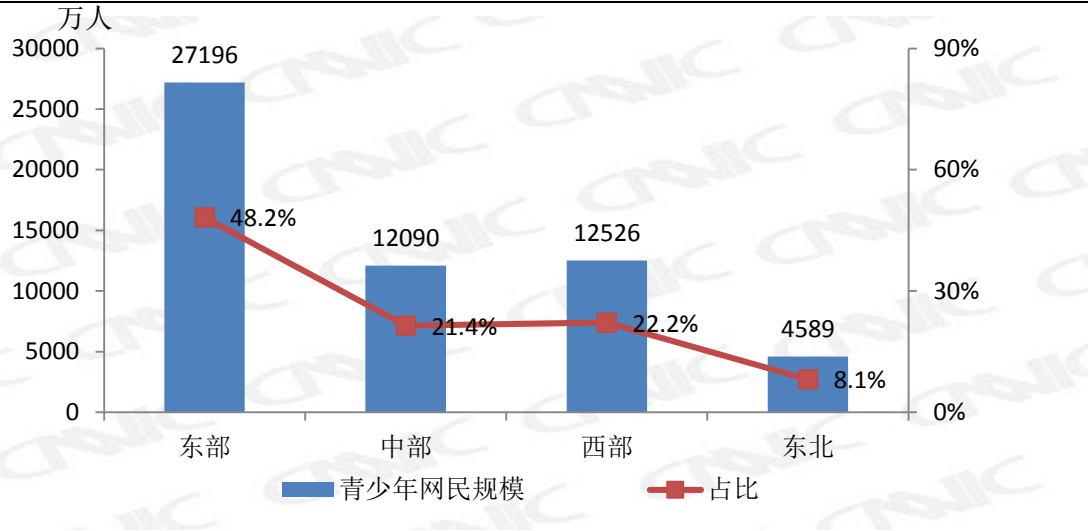
**图表 23：城乡青少年网民在各网络应用上的使用率差异**

类别	网络应用	城镇	农村	2012 差异
信息获取	搜索引擎	87.2%	77.1%	10.07%
网络娱乐	网络游戏	69.4%	67.0%	2.42%
	网络视频	69.9%	57.8%	12.11%
	网络音乐	85.0%	78.2%	6.86%
	网络文学	49.0%	42.0%	6.95%
交流沟通	即时通信	87.2%	81.1%	6.07%
	博客/qq 空间	75.8%	66.2%	9.62%
	微博	68.9%	55.0%	13.90%
	社交网站	58.4%	48.7%	9.76%
	电子邮件	50.9%	33.8%	17.10%
	论坛/BBS	34.1%	21.6%	12.48%
商务交易	网络购物	49.5%	33.9%	15.54%
	网上支付	46.4%	28.8%	17.59%
	网上银行	44.5%	28.2%	16.33%
	团购	16.8%	8.9%	7.84%
	旅行预订	20.1%	9.3%	10.85%

## 二、东、中、西部青少年上网行为对比

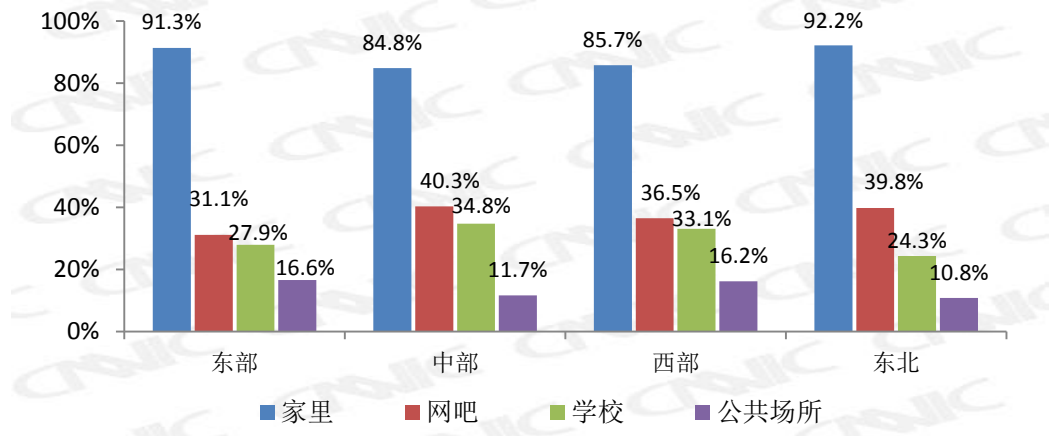
### （一）东中西部青少年网民规模特点

中国东部地区是互联网发展较好、网民较为集中的地区，该地区青少年网民规模占总体青少年网民的 48.2%，达 2.72 亿，而 2011 年这一比例为 51.0%，可见青少年网民的地域差异在逐渐缩小。



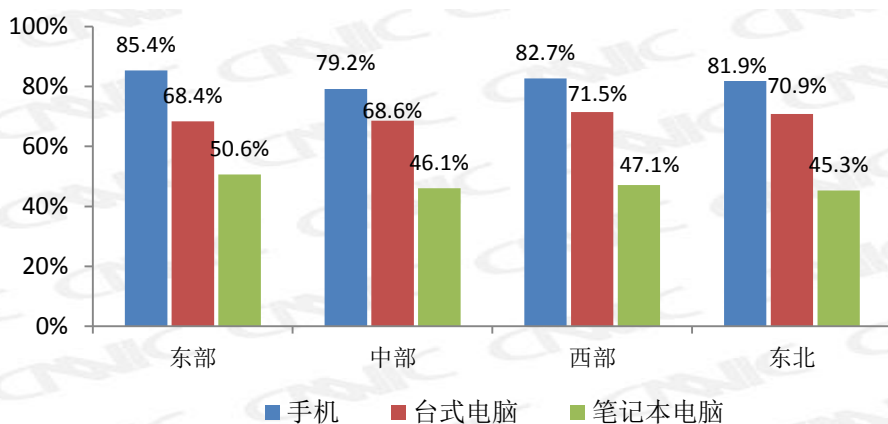
图表 24: 2011年东中西部青少年网民规模及占比

东部和东北地区的青少年在家上网的比例较高，分别达 91.3% 和 92.2%；中部、东北部青少年在网吧上网的比例相对其他区域较高，分别为 40.3%、39.8%；中部和西部青少年在学校上网的比例较高；东部和西部青少年在公共场所上网的比例较高。



图表 25: 2012年东中西部青少年网民上网地点对比

从区域分布来看，全国各区域青少年中使用手机上网的比例均高于台式机和笔记本。各区域横向比较，东部地区青少年使用手机和笔记本上网的比例最高，分别为 85.4% 和 50.6%；西部地区使用台式电脑上网的比例相对较高，为 71.5%。



图表 26: 2012年东中西部青少年上网设备对比

## (二) 东中西部青少年网络应用差异

从区域分布来看,东部地区的青少年善于主动获取信息,喜欢音乐、视频等震撼视听的应用。搜索引擎、网络音乐、网络视频的使用率高于其他地区,分别为85.9%、85.2%和67.4%。此外,东部地区的青少年网民更愿意使用传统的沟通交流工具。电子邮件、论坛/BBS的使用率高于其他地区,分别为48.6%和32.4%。东部地区旅游预订的使用率也高于其他地区。

中部和西部地区网络文学的使用程度旗鼓相当,均为47.6%。西部地区青少年在传统社交领域表现较为积极活跃。博客/qq空间、微博和社交网站的使用率最高,分别为75.2%、66.8%和58.5%。东北部青少年网民崇尚网络娱乐、社交和商务交易应用。网络游戏和即时通信的使用率较高,分别为69.9%和88.5%。网络购物、网上支付、网上银行和团购的使用率分别为49.9%、44.1%、41.9%和49.9%。

图表 27: 东中西部青少年网民网络应用对比

类别	网络应用	东部	中部	西部	东北
信息获取	搜索引擎	85.9%	82.8%	83.0%	84.0%
	网络音乐	85.2%	80.2%	82.2%	78.6%
网络娱乐	网络游戏	68.9%	68.6%	67.9%	69.9%
	网络视频	67.4%	63.7%	67.0%	67.2%
	网络文学	47.4%	47.6%	47.6%	40.3%
交流沟通	即时通信	86.5%	80.9%	86.5%	88.5%
	博客/qq空间	74.3%	69.0%	75.2%	74.1%
	微博	65.5%	63.0%	66.8%	63.1%
	社交网站	55.4%	53.3%	58.5%	54.8%
	电子邮件	48.6%	43.3%	45.1%	40.4%
	论坛/BBS	32.4%	30.8%	29.7%	24.8%



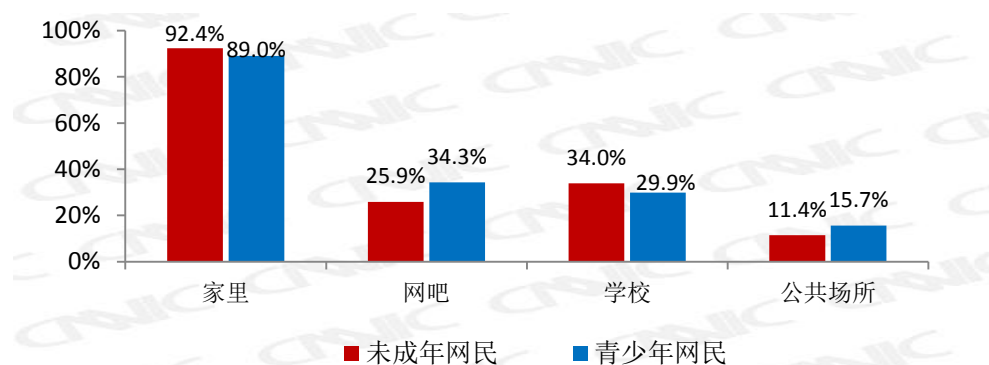
2012 年中国青少年上网行为调查报告

商务交易	网络购物	46.5%	44.7%	41.9%	49.9%
	网上支付	43.2%	38.9%	39.7%	44.1%
	网上银行	41.8%	39.5%	36.5%	41.9%
	团购	46.5%	44.7%	41.9%	49.9%
	旅行预订	18.0%	16.0%	16.9%	17.9%

## 第五章 未成年人上网行为分析

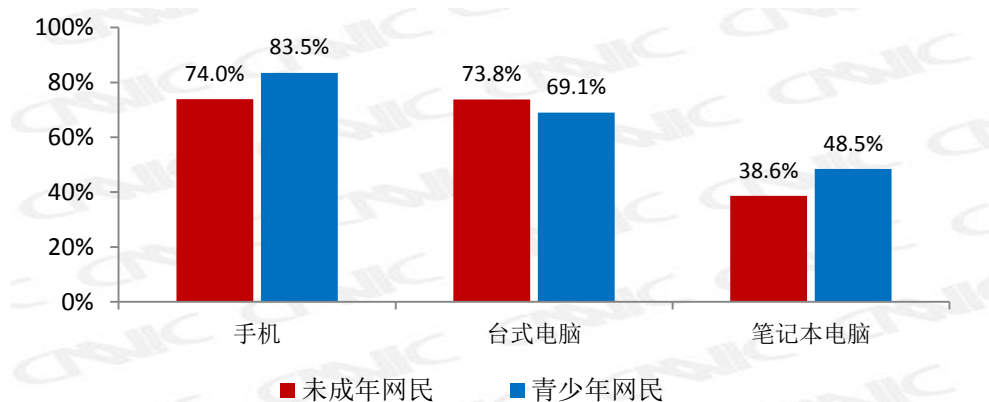
### 一、未成年网民规模和特征

未成年人是各类网络应用的长驱潜力用户。与整体青少年网民相比，未成年网民在家里和学校上网的比例更高，分别为 92.4% 和 34.0%；但是未成年人网民中在网吧上网的占比为 25.9%，较 2011 年下降 5.1 个百分点。



图表 28：2012 年未成年网民和青少年网民上网地点对比

手机是未成年人上网的重要终端之一，未成年网民中，使用手机上网的比例超过台式电脑，达到 74.0%，低于青少年手机上网比例 9.5 个百分点，同时低于全国网民手机上网比例 0.5 个百分点；与青少年整体网民相比，未成年人中使用笔记本电脑上网的比例相对偏低，为 38.6%。



图表 29：2012 年未成年网民和青少年网民上网设备对比

## 二、未成年网民网络应用情况

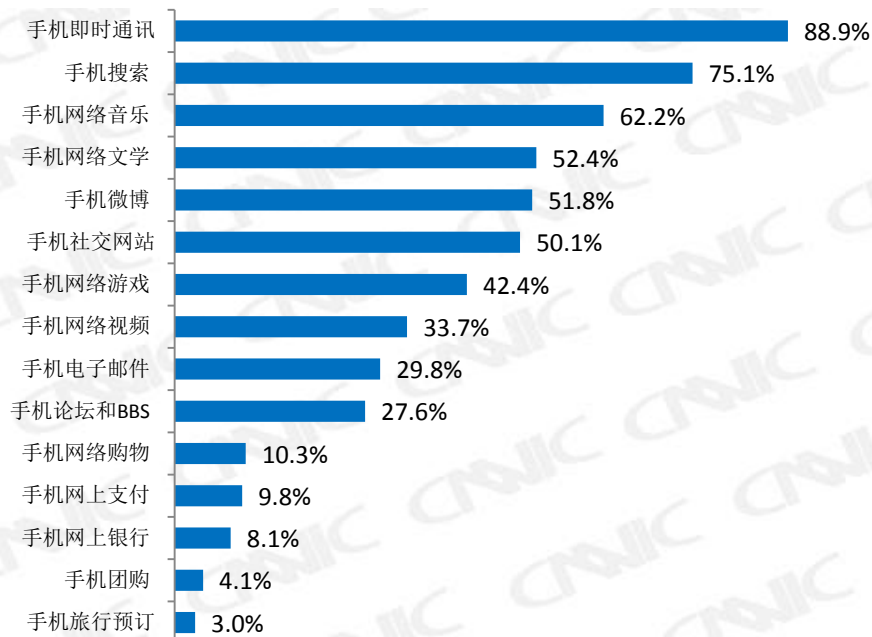
未成年人由于辨别能力和自控能力不高，很多网络应用的使用受限于家长，与青少年总体平均水平存在较大差异：除网络游戏外，各类网络应用的使用程度均小于青少年总体平均水平。与整体青少年网民相比，未成年网民网络游戏的应用相对突出，使用率达 76.4%，与 2011 年相比下降 1.7 个百分点。

图表 30：各互联网应用在未成年网民中的普及率

类别	网络应用	未成年	青少年总体
信息获取	搜索引擎	82.6%	84.1%
网络娱乐	网络音乐	81.0%	82.8%
	网络游戏	<b>76.4%</b>	68.4%
	网络视频	63.5%	66.4%
	网络文学	44.8%	46.9%
交流沟通	即时通信	82.4%	85.1%
	博客/qq 空间	67.3%	73.0%
	微博	61.6%	65.0%
	社交网站	48.7%	55.6%
	电子邮件	41.3%	46.3%
	论坛/BBS	24.2%	30.7%
商务交易	网络购物	32.3%	45.2%
	网上支付	28.2%	41.6%
	网上银行	23.7%	40.1%
	团购	10.7%	14.7%
	旅行预订	9.5%	17.2%

注：粗体斜体数字表示未成年网络应用使用比例高于总体网民。

2012 年，中国未成年手机网民规模为 1.73 亿，在青少年网民中占比 74%。与 2011 年相比，未成年青少年网民增长幅度高达 83.8%。未成年人成为手机网民增长的重要来源之一。未成年人手机网络应用 TOP5 为手机即时通讯、手机搜索、手机网络音乐、手机网络文学和手机微博，所占比例分别为 88.9%、75.1%、62.2%、52.4%和 51.8%。而 2011 年，未成年人手机网络应用 TOP5 分别为手机即时通信、手机搜索、手机网络音乐、手机社交网站和手机网络新闻。



图表 31：2012 年未成年手机网络应用

## 第六章 总结和建議

2012 年青少年网民规模持续上升，呈现出良好的发展势头。截至 2012 年 12 月，中国青少年网民规模达 2.35 亿，占青少年总体的 66.4%，超过全国平均水平（42.1%）24.3 个百分点，较 2011 年增加 2.0 个百分点。与此同时，2012 年青少年网民群体中手机网民规模已经超过 PC 网民规模，成为青少年的主要上网终端。截至 2012 年 12 月，中国青少年手机网民规模达 1.96 亿人，同比增长 5.9%。中国青少年网民中使用手机上网的占比达 83.5%，高出整体网民的平均水平（74.5%）9.0 个百分点。

2012 年政府相关部门对网吧的监管取得成效，青少年在网吧上网的比例大幅下滑。截至 2012 年 12 月，青少年网民在家上网的比例高达 89.0%；与 2011 年相比，在网吧上网的青少年比例下降约 5 个百分点。农村地区青少年网民中在网吧上网的比例也逐渐下降，从 2011 年的 43.8% 下降到 2012 年的 35.2%。未成年人网民中在网吧上网的比例为 25.9%，较 2011 年下降 5.1 个百分点。

2012 年青少年网民对网络的应用和依赖程度加深。截至 2012 年 12 月中国青少年网民平均每周上网时间达 18.4 个小时，比 2011 年增加 1.9 个小时。除小学生外，青少年网民群体的信息获取需求和应用以及交流沟通需求和应用远远高于网民总体平均水平，尤其是博客/qq 空间的使用情况。青少年网民群体对网络游戏较为热衷，包括小学生在内对网络游戏的使用率均高于网民总体平均水平。而在商务交易类应用方面，青少年网民的使用程度明显逊色于其他网民群体。

城乡青少年网民在网络应用方面仍然存在较大差异，只是在网络娱乐和社交应用方面较为相似。城镇青少年网民更倾向于主动获取信息，农村青少年网民更崇尚娱乐社交。城乡青少年网民网络应用使用差异较大的前五类应用分别为：网络支付（差异 17.59%）、电子邮件（17.10%）、网上银行（16.33%）、网络购物（15.54%）、微博（13.90%）。城乡青少年网民网络应用使用差异较小的前五类应用分别为：网络游戏（差异 2.42%）、即时通讯（6.07%）、网络音乐（6.86%）、网络文学（6.95%）、团购（7.84%）。

青少年网民规模发展迅速，逐渐成为网民群体的生力军。为了规范和引导青少年健康积极的网络文化行为，政府相关部门应该及时关注青少年的网络行为，主动引导活跃向上的网络文化行为，杜绝不良的网络现象。

### 加大网吧的规范管理力度，杜绝未成年人进入网吧

国家明文规定禁止未成年人进入网吧，然而在本次调查中，未成年人在网吧上网的比例高达 25.9%，政府相关部门应引起足够的重视。加大对网吧的检查和监管力度，同时配合学校和家长做好未成年人的思想工作。设置更加丰富多彩的课余文化活动，进而对网吧上

网行为予以取代。在条件允许的情况下，鼓励家长在家里陪同未成年人上网，使用寓教于乐的益智类网络应用培养和提高学习兴趣。只有全社会都积极行动起来，关注未成年人的成长和网行为，才能杜绝未成年人进入网络、在辨识能力有限的情况下学坏。

### **加强农村互联网基础设施建设，缩小城乡互联网应用差距**

随着科学技术的进步，互联网与人们的生活越来越密切。作为便捷化的信息沟通交流工作，互联网在改善人们提升，提高效率方面发挥着举世瞩目的作用。然而，由于经济发展水平有限，农村互联网基础设施建设明显落后，农村网民在互联网的应用方面与城镇相比有明显的差距，未曾充分享受到互联网变革的红利。因此，国家相关部门应该加强农村互联网基础设施建设，提高农村互联网普及率和宽带速度。普及互联网应用知识和技能；从青少年网民开始。积极正向地引导青少年网民的网络行为，充分发挥互联网的正能量。

### **规范网络游戏市场和游戏文化产品，引导青少年加强自控能力**

包括小学生在内，青少年网民对网络游戏的使用程度明显高于其他网络应用。随着青少年上网时长的逐渐增加和网络依赖性的加深，越来越多的青少年沉迷于网络游戏。为了防止青少年迷失于互联网，政府相关部门一方面要整顿网络游戏市场，规范和甄别网络游戏产品，坚决取缔粗制滥造和限制级别的游戏产品；另一方面引导青少年加强自控能力和辨别能力，只玩对自己的身心健康成长起到有益促进作用的游戏产品。从而净化青少年的互联网成长环境，让青少年借助互联网的正能量健康成长。



# CNNIC

中国互联网络信息中心

China Internet Network Information Center (CNNIC)